

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada bingkai sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi), dan Jusuf Kalla (JK) di *Headline* Surat Kabar Harian (SKH) Kompas dan Jawa Pos edisi 19-21 Oktober 2015. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana sosok seorang Jokowi sebagai Presiden dikemas realitanya oleh media massa khususnya cetak.

Pada tanggal 20 Oktober 2015, pasangan Presiden Jokowi-JK akhirnya mencapai masa setahun pemerintahan. Berbagai Surat Kabar Harian (SKH), bahkan telah memberitakan peristiwa tersebut sehari sebelumnya di *headline* mereka. Hasil pengamatan peneliti di berbagai SKH, sejak tanggal 19-21 pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK selalu menghiasi *headline* berbagai SKH. Berikut contoh pemberitaan SKH Jawa Pos dan Kompas tentang setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di *headline* mereka: SKH Jawa Pos 19 Oktober 2015, dalam berita *Headline*-nya “Hukum Mengecewakan Ekonomi Menjanjikan,” memberitakan kinerja setahun pemerintahan Jokowi-JK diawali dengan masih lemahnya penerapan hukum.

Diantara semua sektor penting di pemerintahan, sektor hukum adalah titik paling lemah dari kinerja pemerintahan Joko Widodo (Jokowi)-Jusuf Kalla (JK) dalam setahun.

Sumber : SKH Jawa Pos edisi 19 Oktober 2015, Hal 1

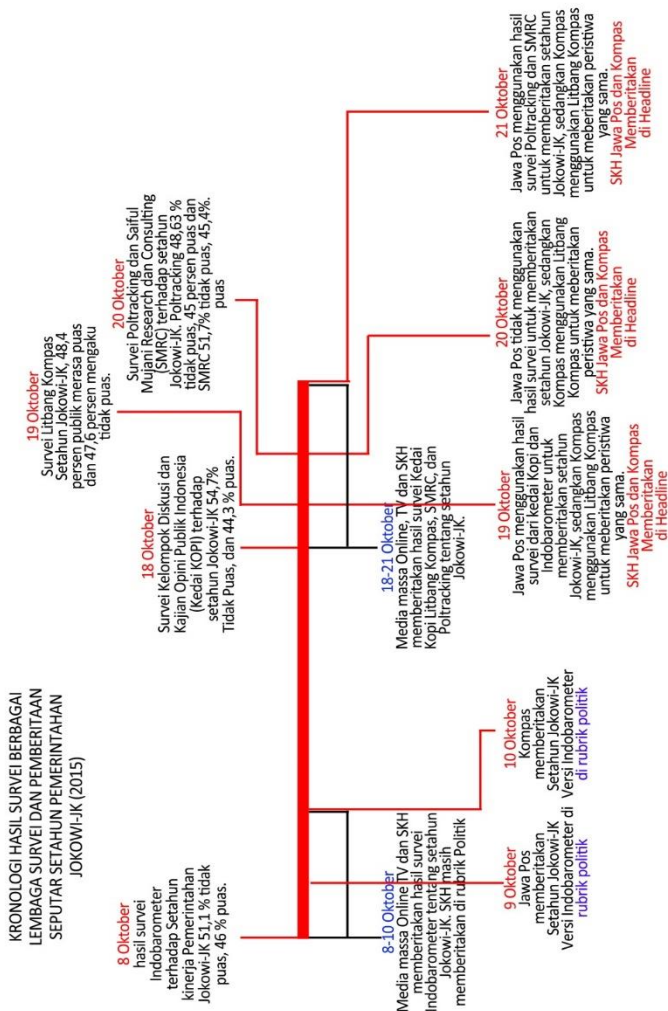
Berbeda dengan SKH Jawa Pos yang langsung menitik beratkan hukum sebagai poin yang harus diperbaiki, SKH Kompas pada edisi yang sama, 19 Oktober 2015, dengan judul “Masa Sulit Belum Terlewat,” lebih memberitakan setahun Pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK telah melakukan sejumlah kinerja yang dinilai berhasil diselesaikan meskipun masih perlu perbaikan di beberapa sektor sentral.

Sejumlah persoalan telah berhasil dihadapi Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla di tahun pertama pemerintahannya. Namun masih banyak yang harus diselesaikan, terutama terkait perbaikan ekonomi, penegakan hukum, dan peningkatan kesejahteraan.

Sumber : SKH Kompas edisi 19 Oktober 2015, Hal 1

Untuk menunjukkan ketertarikan peneliti terhadap peristiwa dan pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK berikut peneliti tampilkan alur kronologi munculnya hasil survei berbagai lembaga survei nasional disertai dengan pemberitaan yang mengikuti munculnya hasil survei tersebut.

Gambar I.1. Timeline kronologi keluarnya hasil survei dan pemberitaan seputar setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK pada Oktober 2015.



Sumber : Olahan peneliti dari berbagai sumber.

Dari kronologi yang ditampilkan diatas Pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK bermula dari dikeluarkannya survei tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja Jokowi-JK menjelang setahun masa pemerintahan, yang diterbitkan oleh Indo Barometer¹, pada 8 Oktober 2015. Dalam survei yang bertajuk “Keberhasilan dan Kegagalan Setahun Pemerintahan Jokowi-JK,” tersebut, disebutkan telah terjadi penurunan tingkat kepuasan masyarakat atas kinerja pemerintahan apabila dibandingkan dengan 6 bulan yang lalu.

Tingkat kepuasan publik terhadap kinerja Presiden Joko Widodo secara umum saat ini sebesar 46.0%. Yang tidak puas 51,1%. Jika dibandingkan survei 6 bulan sebelumnya, tingkat kepuasan publik terhadap kerja Presiden Joko Widodo turun dari 57.5% ke 46.0% atau sekitar 11.5%
Sumber <http://indobarometer.com/>:: 2015/10/09 diakses : 2015/12/17

Penurunan kepuasan dalam setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK versi survei Indo Barometer ini menjadi sorotan dan direspon berbeda oleh berbagai SKH termasuk SKH Jawa Pos dan Kompas. SKH Jawa Pos pada edisi 9 Oktober 2015, dalam artikel “*Kepuasan Publik kepada Pemerintah Terus Turun*” menyorot penurunan kepuasan masyarakat terhadap setahun kinerja Jokowi-JK versi Indobarometer dari narasumber

¹ Indo Barometer adalah salah satu lembaga survei yang bergerak di bidang survei pemilihan umum di Indonesia. biasanya tema yang diangkat seputar pemilu, perilaku memilih dan demokrasi. Saat ini Indobarometer diketuai oleh Muhammad Qodari, S.Psi, MA selaku direktur utama. dan pada pemilihan pilpres kemarin lembaga survei ini memprediksi pasangan Jokowi-JK sebagai pemenang pilpres 2014 dengan angka 46% dibandingkan lawannya 42%. (<http://indobarometer.com/>:: 2015/10/09 diakses : 2015/12/17)

Ichsanuddin Noorsy, seorang pengamat ekonomi menyebutkan kesalahan Jokowi dalam memilih Menteri di kabinet kerjanya.

Pengamat ekonomi Ichsanuddin Noorsy menyebutkan, indikator ketidakpuasan publik terletak di kinerja kementerian. Masyarakat menilai menteri belum bekerja maksimal hal itu terjadi karena Jokowi salah dalam merekrut “ketika dia salah menakar tentang seseorang, akan salah juga persepsi masyarakat terhadap itu,” katanya

Sumber : SKH Jawa Pos pada edisi 9 Oktober 2015, Hal 4

Berbeda dengan SKH Jawa Pos, SKH Kompas dalam pemberitaan edisi 10 Oktober 2015 mengenai hasil survei Indo Barometer dengan judul “*Masukan Jadi Perhatian*” memberitakan alasan penurunan kepuasan masyarakat terhadap setahun kinerja Jokowi-JK, dengan merujuk pernyataan Wakil Presiden Jusuf Kalla sebagai berikut.

“Dalam melaksanakan pemerintahan tentu tidak mungkin memuaskan semua pihak. Bahwa ada masyarakat tidak puas itu, itu hak mereka dan pasti ada (yang tidak puas **red.**). Kita menjadikan itu sebagai koreksi ke dalam juga bahwa ada hal-hal yang harus kita perbaiki,”kata Kalla, jumat (9/10), di Kantor Wapres.

Sumber : SKH Kompas edisi 10 Oktober 2015, Hal 2

Lebih lanjut sesuai dengan alur kronologi yang ditampilkan peneliti di halaman 3 maka pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di berbagai SKH kemudian berlanjut pada tanggal 19-21 Oktober 2015 atau sebelum dan sesudah setahun pemerintahan yang jatuh pada tanggal 20 Oktober 2015.

Berbeda dengan tanggal 9-10 Oktober 2015 ketika peristiwa ini hanya diberitakan di rubrik politik, pada tanggal 19-21 Oktober 2015

berbagai SKH seperti Republika, Jakarta Post, Kompas, dan Jawa Pos, Media Indonesia kemudian meletakkan peristiwa ini di *headline* mereka. Dari hasil pengamatan peneliti hanya Jawa Pos dan Kompas yang mengeluarkan artikel bertemakan “Setahun Pemerintahan Jokowi-JK” di tiga *headline* pada edisi 19-21 Oktober 2015, dan berbeda dengan SKH lainya yang hanya satu atau dua pemberitaan saja yang ditampilkan di *headline*. Inilah salah satu ketertarikan peneliti, mengapa hanya SKH Kompas dan Jawa Pos yang memasukan peristiwa setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di 3 edisi *headline* mereka.

Selain penempatan di *headline* Ketertarikan peneliti dalam memilih pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK pada tanggal 19-21 Oktober 2015 di SKH Kompas dan Jawa Pos, dibandingkan dengan pemberitaan yang dikeluarkan pada tanggal 9-10 Oktober 2015 salah satunya dilatar-belakangi oleh hasil survei yang dikeluarkan oleh lembaga survei nasional. Dalam hal ini pada tanggal 19-21 lebih banyak lembaga survei yang telah menerbitkan hasil surveinya kepada media dibanding pada tanggal 9-10 oktober yang hanya satu lembaga survei saja.

Hasil survei berbagai lembaga survei nasional yang digunakan untuk mendukung pemberitaan pada tanggal 19-21 Oktober 2015 di SKH Jawa Pos dan Kompas kemudian menjadi menarik untuk dilihat karena selama ini hasil survei lembaga survei nasional masih dipertanyakan netralitasnya. Dalam konteks ini, bisa dilihat ketika pilpres kemarin berbagai lembaga survei menunjukkan hasil berbeda terhadap calon pasangan tertentu. sehingga mengindikasikan bahwa lembaga survei memiliki kepentingan politik tertentu dalam hasil surveinya. Dari hasil pengamatan peneliti dari berbagai sumber, dari 11 lembaga survei yang diakui saat

pemilihan presiden 2014, tujuh diantaranya menyebut Jokowi-JK menang dan empat lainnya menyebut Jokowi-JK kalah. Sehingga pada saat itu ada tuduhan bahwa ada beberapa lembaga survei memanipulasi data demi kepentingan kalangan politik tertentu.

Tabel I.1. Hasil survei (quick count) pilpres 2014 oleh berbagai lembaga survei yang diterbitkan di media

No	Lembaga Survei	Prabowo-Hatta	Jokowi-JK	Sumber
1	Populi Center	49,05	50,95	<i>Suara.com</i>
2	CSIS	48,1	51,9	<i>Liputan6.com</i>
3	Litbang Kompas	47,66	52,33	<i>Kompas.com</i>
4	Indikator Politik Indonesia	47,05	52,95	<i>Metrotvnews.com</i>
5	Lingkar Survei Indonesia	46,43	53,37	Konferensi pers
6	Radio Republik Indonesia	47,32	52,68	<i>Detik.com</i>
7	Saiful Mujani Research Center	47,09	52,91	<i>Detik.com</i>
8	Puskaptis	52,05	47,95	<i>Viva.co.id</i>
9	Indonesia Research Center	51,11	48,89	<i>okezone.com</i>
10	Lembaga Survei Nasional	50,56	49,94	<i>Viva.co.id</i>
11	Jaringan Suara Indonesia	50,13	49,87	<i>Viva.co.id</i>

Sumber : <http://indonesiasatu.kompas.com/>

Karena konteks pertarungan politik yang dihadirkan saat ini masih sama dengan saat pilpres dulu yakni antara pihak pemerintah KIH dan pihak oposisi KMP, maka masih dimungkinkan lembaga survei melakukan hal yang serupa. Sehingga ketika peristiwa “Setahun Pemerintahan Jokowi-JK.” diberitakan SKH Jawa Pos pada tanggal 19-21 Oktober 2015, menggunakan rujukan dari hasil survei *Saiful Mujani Research & Consulting* (SMRC), Indo

Barometer, Poltracking, dan Diskusi Kajian Opini Publik (Kedai Kopi), dan SKH Kompas pada edisi yang sama menggunakan rujukan lembaga surveinya sendiri (Litbang Kompas). Untuk memperkuat dan menekankan pemberitaan, maka sangat mungkin ada kepentingan tertentu yang ingin dihadirkan oleh SKH Jawa Pos dan Kompas, terhadap pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK melalui hasil survei tersebut.

Tema sama tentang setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK, penempatan data dan informasi hasil survei yang berbeda sehingga menghasilkan pemberitaan yang berbeda, menunjukkan media mempunyai kemampuan dalam mengkonstruksi realitas dalam setiap berita yang dibuat. Pemilihan kata, kalimat, data, fakta apa yang akan dimasukan sampai pendapat elit siapa yang akan digunakan, menunjukkan refleksi afiliasi politik media dalam membangun pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK.

Berdasarkan pengamatan peneliti di sejumlah media massa, sosok Jokowi sebagai Presiden menjadi sorotan utama dalam pemberitaan “Setahun Pemerintahan Jokowi-JK.” Hal ini memang tidak terlepas dari sosok Jokowi sendiri yang dilihat secara nilai berita penting untuk diberitakan karena dirinya yang seorang presiden. Apalagi mengingat kembali pertempuran politik antara KIH dan KMP hingga saat ini, yang meletakkan Jokowi sebagai figur politik penting yang harus didukung maupun dilawan secara politik, telah menjadikan sosok Jokowi sebagai presiden memiliki signifikansi yang tinggi untuk diberitakan oleh media.

Pentingnya sosok Jokowi untuk diberitakan sebagai figur politik penting telah dijelaskan oleh Subiakto & Ida (2014, Hal 41) dalam bukunya *“Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi* sebagai berikut :

Mampu membangun konektivitas sosial, baik melalui kebiasaan “Blusukan” ke kampung-kampung, melantik pejabat di tengah-tengah masyarakat, maupun kepiawaiannya memanfaatkan media sosial seperti Twitter, Facebook, hingga Youtube

Walhasil Jokowi tidak hanya menjadi “media darling” tetapi memunculkan partisipasi politik dari masyarakat untuk mendukungnya sebagai pemimpin yang merakyat. Pemimpin yang “*image*-nya” tidak berjarak dengan masyarakat yang dia pimpin.....

.....itulah model kepemimpinan Jokowi yang horizontal, yang berbeda dari pemimpin terdahulu, sehingga fenomena memunculkan harapan tersendiri bagi bentuk kepemimpinan di Indonesia. (Subiakto & Ida, 2014, hal. 43)

Partisipasi politik yang tinggi terhadap pemerintah Jokowi seperti yang dijelaskan oleh Subiakto & Ida (2014) di atas, tentu akan mengakibatkan ekspektasi politik masyarakat yang tinggi pula. Ketika pada akhirnya Jokowi telah menjadi Presiden Indonesia ke-7 dan dilantik pada 20 Oktober 2014, ekspektasi tinggi terhadap Jokowi sebagai presiden mengakibatkan dirinya selalu diawasi, baik oleh lawan politiknya, masyarakat melalui media sosial, maupun media massa. Ketika kinerja pemerintahannya dinilai buruk, perang pendapat politik akan selalu terjadi baik yang dilakukan oleh elit politik, masyarakat yang digambarkan melalui media sosial, maupun oleh media massa.

Sosok presiden Jokowi yang fenomenal, membuat isu setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK, adalah hal yang paling menarik untuk diamati. Keterlibatan dan *euforia* berbagai lembaga survei Indonesia seperti Poltarcking, Indo Barometer, SMRC, Kedai Kopi, Litbang Kompas dalam mengukur kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di berbagai bidang baik hukum, politik, budaya, ekonomi, Menjadikan

kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK sebagai isu yang menarik untuk diikuti oleh media. Terlebih hampir semua lembaga survei sepakat, sosok Jokowi sebagai Presiden mengalami penurunan tingkat kepuasan masyarakat apabila dibandingkan dengan enam bulan lalu. Tingkat kepuasan yang menurun terhadap kinerja Jokowi sebagai presiden pada akhirnya berpengaruh langsung pada popularitasnya sebagai Presiden. dengan kata lain isu ini sangat mungkin menjadi arena baru untuk memulai perang “teks” dalam pemberitaan media, sekaligus mengarahkan media pada konglomerasi dengan pemilik kepentingan.

Jadi bisa disebutkan bahwa ketika media khususnya SKH Jawa Pos dan Kompas pada edisi 19-21 Oktober 2015 mengangkat pemberitaan kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di *headline* mereka, tidak terlepas dari sosok seorang Jokowi sebagai Presiden yang fenomenal di masyarakat. Berbagai argumentasi, yang disertai dengan fakta dan rujukan di atas, telah mengarahkan peneliti untuk memberi simpulan bahwa sosok Jokowi sebagai Presiden yang diarahkan maupun di *bingkai/frame* realitasnya oleh media adalah sebuah fenomena yang dapat dijadikan objek penelitian.

Berikut adalah dasar pemikiran peneliti memilih SKH Jawa Pos dan Kompas. Berbeda dengan media *online*, dan elektronik, dalam penempatan peristiwa yang ingin dibangun realitasnya, media cetak lebih mudah digunakan untuk menunjukkan dan melihat realitas apa yang ingin dibangun oleh media, bahkan sampai ke segi penting atau kurang pentingnya peristiwa tersebut. Alasan utamanya media cetak mempunyai *headline* yang menjadi penentu realitas apa yang sedang ingin diangkat oleh media tersebut. Ketika media menempatkan sebuah pemberitaan pada kolom halaman belakang,

pemberitaan tersebut akan bernilai beda dengan pemberitaan yang ditempatkan di *headline*. Eriyanto (2004, hal. 105) menyebutkan bahwa sebuah peristiwa yang mempunyai unsur nilai berita paling banyak dan lebih tinggi dimungkinkan untuk ditempatkan di *headline*, dibandingkan dengan yang dianggap tidak memiliki akan dibuang. Menegaskan bahwa peletakan berita menentukan penting-tidak pentingnya sebuah isu, Sobur (2006, Hal 167) dalam bukunya “*Analisis Teks Media*” menyebutkan bahwa :

Apabila sejumlah media menaruh sebuah kasus sebagai *headline*, diasumsikan bahwa kasus itu pasti memperoleh perhatian yang besar dari khalayak. Ini tentu berbeda jika misalnya kasus tersebut dimuat di halaman dalam, bahkan dipojok bawah pula. (Sobur 2006 : 167).

Dari merujuk pada Eriyanto dan Sobur peneliti menyimpulkan bahwa, ketika sejumlah SKH, termasuk SKH Jawa Pos, dan Kompas menempatkan pemberitaan kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK, di *headline* mereka sejak 19-21 Oktober 2015, maka peneliti asumsikan sebagai berita yang penting rialitasnya untuk dilihat dan dijadikan penelitian. Ini sekaligus menjadi alasan mengapa berita kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di *headline* menjadi pilihan peneliti untuk dijadikan subjek penelitian.

Selanjutnya peneliti memilih SKH Jawa Pos, dan Kompas, sebagai media untuk subjek penelitian dengan argumentasi sebagai berikut. Nugroho, Eriyanto, & Surdiasis (1999 : 3-4) menyebutkan bahwa :

Secara teoritik media massa memang tidak pernah terlepas dari pengaruh politik dalam menentukan arah berita. Proses *gatekeeping* yang berlaku dalam standar profesional jurnalistik, memungkinkan terjadinya proses seleksi informasi. perangkat apakah yang dipakai sebagai prisma

dalam menyeleksi realitas? pertama sekali adalah politik media yang kemudian dirumuskan dalam kebijakan redaksional (Nugroho, Eriyanto, & Surdiasis, 1999 : 3-4).

Berdasar dari penjelasan Nugroho, Eriyanto, & Surdiasis diatas, peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada media massa yang tidak memiliki arah afiliasi politik tertentu, atau yang tidak pernah terlibat dengan konglomerasi media. Apabila berita/pemberitaan menggambarkan arah kebijakan redaksional, maka secara tidak langsung, berita/pemberitaan juga menggambarkan arah politik media tersebut. Dengan kata lain semua media yang memuat berita maupun pemberitaan kinerja setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK, pastinya didasari atas alasan politik. Ketika media SKH melihat sebuah peristiwa atas dasar pandangan dan alasan tertentu (termasuk alasan politik), maka media tersebut menurut Eriyanto (2004 : 4) mempunyai ideologi tertentu.

Ibnu Hamad (2004, hal. 108-163) bukunya yang secara khusus meneliti media pada tahun 2004 menyebutkan SKH Kompas menganut ideologi humanis transedental, menekankan pada kejujuran, kemanusiaan dan nilai-nilai Katolik dalam jurnalistiknya. Jawa Pos yang menganut ideologi “Oplag,” mengacu pada orientasi pasar dan pembaca media cetak. Meskipun begitu berbagai ideologi yang dirujuk peneliti dari Ibnu Hamad adalah penelitian tahun 2004 sehingga belum bisa dijadikan rujukan pasti dalam menilai ideologi maupun afiliasi media saat ini, karena ideologi maupun afiliasi politik media sangat bergantung pada perubahan politik dan kepentingan media itu sendiri. Hal ini dijelaskan oleh Nugroho, Eriyanto, & Surdiasis, (1999, hal. 4) bahwa alasan-alasan politik yang terus dibangun dalam berita apabila mengalami konsistensi tertentu maka kecenderungan itu menggambarkan watak politik media pada periode tertentu. Jadi akan

menarik untuk melihat bahwa Jawa Pos dengan slogan selalu ada yang baru, dan Kompas yang memiliki slogan amanat hati nurani rakyat, memberitakan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK. Apakah Jawa Pos masih menggunakan idologi “Oplag” dan Kompas masih menggunakan humanis transendental dalam pemberitaanya hanya akan diketahui di akhir skripsi ini.

Berbicara mengenai rumusan masalah, bagaimana Jokowi dibingkai realitasnya oleh media SKH Jawa Pos dan Kompas pada pemberitaan “Setahun Pemerintahan Pasangan Presiden Jokowi-JK.” Peneliti memilih metode *framing* untuk melihat bingkai seperti apa yang dibentuk dan dikonstruksikan teks media terhadap sosok Jokowi sebagai Presiden. Karena *framing* menurut (Eriyanto, 2004 : 66) merupakan berbagai pendekatan yang digunakan untuk melihat bagaimana realitas dibentuk dan dikonstruksi oleh media.

Mengacu dari serangkaian metode dan definisi perangkat *framing*, hasil merujuk dari Eriyanto (2004) maka peneliti menyimpulkan metode *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai metode yang akan digunakan untuk meneliti sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK. Karena konsep *framing* milik Pan dan Kosicki menekankan pada “organisasi ide” atau sebuah ide yang dihubungkan dengan berbagai ide dan elemen berbeda sehingga membentuk suatu teks secara keseluruhan (Eriyanto, 2004 : 254-255). Dalam hal ini peneliti melihat kesesuaian konsep yang dibangun oleh Pan dan Kosicki, dengan pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK di SKH Jawa Pos dan Kompas, yang mana dalam pemberitaan *headline* ,19-21 Oktober 2015, ide dalam bentuk pemberitaan

setahun pemerintahan pasangan Presiden Jokowi-JK dihubungkan dengan berbagai elemen berbeda semisal rujukan sumber dari berbagai bidang, latar informasi yang berbeda semisal dari bidang hukum, ekonomi, politik.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang diambil peneliti adalah bagaimana bingkai Sosok Jokowi Sebagai Presiden dalam Pemberitaan Setahun Pemerintahan Pasangan Presiden Joko Widodo Jusuf Kalla Di *Headline* SKH Jawa Pos dan Kompas Edisi 19-21 Oktober 2015.

Lalu, untuk menganalisis sesuai dengan rumusan masalah maka peneliti menggunakan metode analisis *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yang secara khusus membagi analisis *framing* ke dalam empat struktur besar yaitu Sintaksis atau cara wartawan menyusun fakta, struktur skrip atau cara wartawan mengisahkan fakta, tematik atau cara wartawan menulis fakta, yang terakhir adalah struktur retorik atau cara wartawan menekankan fakta (Eriyanto 2004 : 255-264).

I.2. Rumusan Masalah

Bagaimana bingkai sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi) - Jusuf Kalla (JK) di headline SKH Jawa Pos dan Kompas edisi 19-21 oktober 2015 ?

I.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bingkai sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi) - Jusuf Kalla (JK) di headline SKH Jawa Pos dan Kompas edisi 19-21 oktober 2015.

I.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini terdapat pada sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi) - Jusuf Kalla (JK) di headline SKH Jawa Pos dan Kompas, dengan subjek yang dipilih adalah berita *headline* tanggal 19-21 Oktober 2015 di SKH Kompas dan Jawa Pos. Sedangkan Objek penelitian terletak pada sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi) - Jusuf Kalla (JK). Kemudian diteliti dengan perangkat *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut penjelasannya

I.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan analisis framing sehingga hasil diharapkan bisa menjadi rujukan untuk penelitian yang akan datang.

I.5.2. Manfaat Praktis

Mengetahui secara kualitatif tentang perspektif yang digunakan oleh surat kabar Jawa Pos dan Kompas dalam memberitakan sosok Jokowi sebagai Presiden dalam pemberitaan setahun pemerintahan pasangan Presiden Joko Widodo (Jokowi) - Jusuf Kalla (JK).